

## DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto, Himawan Wijanarko. 2004 *Power Branding, Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Bandung: Mizan
- A.Z.Nasution. 2001. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media
- Abdul Halim Barkatullah, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, Bandung
- Afifudin. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras,2009), 69
- Anholt, S. Brand New Justice. The Upside Of Global Branding. London: Butterworth-Heinemann, 2003
- Arifin, Anwar. Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas, Bandung: Armico, 1984
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Cangara,Hadied. 2010. Pengantar Ilmu Komunikasi: PT Raja Grafindo, Engkus 2008. Etnografi komunikasi
- Denzin, N., & Lincoln, Y, *Handbook of Qualitative Research*,Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009
- Dewi Haroen, *Personal Branding Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*, (Jakarta: Gramedia, 2014), hlm. 8
- Drs. H. Soeganda Priyatna, MM. (2007). *Jurnal Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Universitas Padjajaran
- Effendy, Onong Uchana. 2005. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung:Remaja Rosda Karya
- Effendy Onong Uchjana. Ilmu Komunikasi Tori dan Praktek.(Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), hlm 10
- Eko Putro Widoyoko. (2013). Evaluasi Program Pembelajaran. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hasan, A. (2013). Marketing dan Kasus-kasus Pilihan. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service

- Hitt, M.A., Ireland, R.D., and Hoskisson, R.E, (2013), *Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness & Globalization, 10<sup>th</sup> ed.* Mason OH: CHENGAGE Learning
- Istilah *marketing* yang bersifat horizontal pernah diperkenalkan oleh Yuswohady dalam bukunya *Crowd: Marketing Becomes Horizontal*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008)
- Istilah *marketing* yang bersifat horizontal pernah diperkenalkan oleh Yuswohady dalam bukunya *Crowd:Horizontal*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008)
- Kluter., P., Berger, R, and Bickhoff, N. (2010), *The Quintessence of Strategic Management: What you Really Need to Know to Survive in Business Berlin: Spinger*
- Landa, Robin. (2006). *Designing Brand Experiences*. Thomson Delmar Learning.
- Landa, Robin. (2006). *Designing Brand Experiences*. Thomson Delmar Learning.
- Miles,M.B, Huberman,A.M, dan Saldana,J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press
- Mintzberg, H.. (1987) . “:The strategy concepts I: Five Ps for strategy”
- Moleong J. Lexy, Penelitian Kualitatif (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008) hal: 87
- Moleong, Lexy: (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Muhamad Fadhol Tamimy, *Sharing-mu Personal Branding-mu* (Jakarta: Visimedia,2017), hlm. 3
- Newman, W.H. (1951), *Administrative Action: The Techniques of Organization and Management. Englewood Cliffs,NJ: Prentice Hall*
- Nurhadi, Z. F. (2015). Brand Dalam Komunikasi Pemasaran. Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian
- Payne, B. (2017). Brand Positioning and its Usefulness for Brand Management: the Case of Apple Inc. *Journal of Marketing*. 1(1), 51-57
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, “Manajemen pemasaran”, Jilid I. Edisi ke 13. (Jakarta: Erlangga,2009), 186
- Philipps Kotler dan Keler(2009), Op. Cit, hal 178 (Diterjemahkan oleh Siti Nurma Rosmitha pada Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian) UIN Raden Intan Lampung:2017

- Rofiq, et al,” Pengaruh Penerapan AIDA (Attention,Interest,Desire,Action) Terhadap Keputusan Pembelian”, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya 2012.
- Rusdi Nur dan Muhammad Arsyad Suyuti., 2017. *Perancangan Mesin-Mesin Industri*. Yogyakarta : Deepublish
- Santi, I. A. (2012). *Hubungan Karakteristik Sosial Demografi Konsumen Dengan Respon Terhadap Stimuli Komunikasi Pemasaran (Produk Bancasurance AIA-BCA)*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 124-143.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2009, cet. Ke 8, hal. 137
- Neumeier, Marty. 2013. *The Dictionary of Brand*. USA: Almaden Press
- Sumarni, Yenti 2020. *Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi dan Bisnis*.
- Susanto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm 1
- Wursanto Ig (2001). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Yogyakarta. Kanisius
- Yatim Riyanto, 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya : Penerbit SIC.
- Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)* (Bandung: Pustaka Setia 2015), 155
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Balmer, J. M. (2001). *Corporate identity, corporate branding and corporate marketing Seeing through the fog*. *European Journal of Marketing* 35,3/4, 250.
- Deddy Mulyana,2010. *Ilmu Komunikasi Sosial Budaya*,Yogyakarta,Graha Ilmu
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Cicadas, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P, dan Pfoertsch, W. (2008) *B2B Brand Management*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer
- Berendt, Joachim e., 1992,“The Jazz Book From Ragtime To Fusion And Beyond”, Westport: Lawrence hill & Co. F. Szwed, John, 2008, *Memahami dan Menikmati Jazz*, Jakarta: Gramedi Pustaka Utama.